

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu

Penelitian ini mengambil lokasi di bank Mandiri Area Solo, yaitu di Cabang Solo Slamet Riyadi dan Menara Mandiri, dimana di dalamnya ada perwakilan Financial Advisor (FA) AXA Mandiri. Alasan pemilihan lokasi kedua cabang tersebut karena tingkat transaksional perbankan, jumlah nasabah cabang, dan nasabah yang bertransaksi di kedua cabang tersebut sangat tinggi, sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi transaksi penjualan asuransi yang tinggi juga. Faktor lain karena lokasi di kedua cabang tersebut berada di pusat kota Solo yaitu di sepanjang jalan Slamet Riyadi, sehingga memudahkan nasabah untuk mengakses transaksi perbankan dan asuransi di kedua cabang tersebut. Adapun waktu penelitian dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama untuk observasi penjualan asuransi antara FA dengan *customer* yaitu pada bulan Oktober 2013 sampai Januari 2014. Tahap kedua untuk wawancara responden secara mendalam, baik sisi komunikator maupun komunikan dilakukan selama 6 (enam) bulan dari bulan Februari 2015 sampai Agustus 2015.

B. Jenis Penelitian

Istilah penelitian kualitatif dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Prosedur ini menghasilkan temuan yang diperoleh dari “data-data yang dikumpulkan dengan menggunakan beragam sarana, meliputi pengamatan dan wawancara, bahkan mencakup dokumen.”⁸⁷ Menurut A. Strauss dan Juliet Corbin penelitian kualitatif ini dapat menunjukkan pada penelitian

⁸⁷ Anselm Strauss & Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007, hal. 4-5.

tentang hubungan masyarakat, sejarah, tingkah laku, juga tentang fungsionalisasi organisasi, pergerakan-pergerakan sosial atau hubungan kekerabatan.

Metode kualitatif dipilih karena metode ini dapat digunakan untuk mendapatkan wawasan atau rincian yang kompleks tentang fenomena yang baru sedikit diketahui atau sulit diungkapkan dengan metode lain. Tipe penelitian ini adalah deskripsi kualitatif, yaitu tipe penelitian yang memberikan gambaran atau memaparkan suatu peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.⁸⁸

Untuk jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan studi kasus, dimana penelitian ini meneliti tentang fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya.⁸⁹ Kekhasan dan keunikan dalam tahap-tahap penyampaian dan penerimaan pesan pada kasus yang diteliti disini merupakan dasar untuk mengkategorikan jenis penelitian pada penelitian ini. Objek penelitian dalam penelitian ini, yaitu pola komunikasi penjualan asuransi PT. AXA Mandiri Financial Services Cabang Solo menjadi “kasus” yang diteliti dengan tujuan mendeskripsikan atau menggambarkan pola komunikasi multistep flow yang terjadi dalam penjualan asuransi PT. AXA Mandiri Financial Services Cabang Solo apa, yang memiliki keunikan dan kekhasan dibanding perusahaan asuransi lain yang sudah ada dan berkembang sebelumnya. Penelitian ini merupakan studi kasus tunggal dengan menempatkan satu objek sebagai kasus penelitian, yaitu PT. AXA Mandiri Financial Services Cabang Solo.

C. Subjek penelitian

Peneliti sudah menentukan fokusnya, yaitu mengenai Model Komunikasi *Multistep Flow* yang dilakukan PT.AXA Mandiri *Financial Services* dalam penjualan produk AXA Mandiri, Cabang Solo. Adapun yang dijadikan subjek dalam penelitian ini adalah calon nasabah asuransi, nasabah asuransi, opinion

⁸⁸ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001, hal. 24

⁸⁹ Sugeng Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Kelompok Intrans Publishing, Malang, 2015, hal 48

leader nasabah, agen asuransi, dan media yang digunakan untuk penyampaian informasi baik cetak, elektronik, maupun online oleh AXA Mandiri khususnya Cabang Solo. PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) adalah perusahaan asuransi jiwa ternama di Indonesia dan merupakan perusahaan patungan (*joint venture*) antara PT Bank Mandiri (Persero) Tbk (51% saham) dan AXA (49% saham) yang melakukan kegiatan pemasaran produk asuransi melalui kerjasama dengan Bank (*bancassurance*) yang beroperasi sejak Desember 2003.

D. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer (*primary data*) yaitu, data yang dihimpun secara langsung dari narasumber yang mengetahui dan berkompeten terhadap bidang penelitian ini dengan melakukan observasi dan wawancara. Data yang digunakan dalam bentuk transkrip dari hasil wawancara atau percakapan dengan subjek, serta catatan lapangan (*field note*) yang dibuat ketika melakukan observasi.
- b. Data sekunder (*secondary data*) yaitu data yang digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer yang diperoleh dari literatur, arsip, jurnal yang relevan, dan data-data yang mendukung data primer. Sedangkan data sekunder yaitu data yang dikumpulkan dari bahan kepustakaan yang mendukung penelitian, berupa catatan-catatan, surat kabar, arsip laporan, data statistik, foto-foto, dokumen dan arsip laporan baik dari internal atau eksternal perusahaan, referensi yang mendukung penelitian lainnya seperti jurnal atau penelitian serupa yang pernah dilakukan sebelumnya dan foto-foto yang mendokumentasikan aktivitas penjualan produk asuransi.

E. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian komunikasi kualitatif berbeda dengan kuantitatif, karena lebih mendasarkan diri pada alasan atau pertimbangan-pertimbangan tertentu (*purposeful selection*) sesuai dengan tujuan

penelitian.⁹⁰ Oleh karena itu, sifat metode sampling dari penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah *purposive sampling*.

Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana ada kecenderungan peneliti untuk memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap.⁹¹

Secara lebih rinci teknik pengambilan sampling dilakukan dengan *Snowball Sampling* yaitu penarikan sampel bertahap yang makin lama jumlah respondennya semakin bertambah besar. Penarikan sampel ini dilakukan beberapa tahap, dimulai dengan tahap pertama yaitu mengidentifikasi seseorang yang kita anggap sebagai responden yang memenuhi syarat bagi tujuan penelitian. Orang itu kita wawancarai sesuai dengan tujuan penelitian kita dan orang ini adalah orang yang paling dianggap mengetahui, atau yang paling ‘top’. Selanjutnya setelah menjadikan orang pertama sebagai informan, informan tersebut akan diminta untuk mengidentifikasi informan berikutnya yang berada “dibawahnya” dan memenuhi syarat yang relevan untuk memberi informasi bagi penelitian, begitu seterusnya sampai dirasa data yang dibutuhkan cukup.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil responden atau narasumber sebagai berikut:

1. *Agen Asuransi AXA Mandiri, cabang Solo.*

Agen asuransi ini adalah Financial Advisor (FA) AXA Mandiri berjumlah 2 orang. Pemilihan dua orang ini mewakili FA yang memiliki produksi tertinggi dan FA yang memiliki masa kerja terlama yaitu 10 tahun. Kedua FA tersebut dilihat mampu mewakili bagaimana proses awal penjualan hingga purna jual terjadi dalam konteks pola komunikasi yang dipakai dalam penjualan asuransi AXA Mandiri ini. FA merupakan Komunikator Non

⁹⁰ *Ibid.*, hal. 88.

⁹¹ H. B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sebelas Maret University Press, Surakarta, 2001, hal. 56.

Media yang bersifat formal karena mereka dididik, dilatih, dan diberi lisensi penjualan dalam menjual produk serta mengemas pesan oleh Pihak AXA Mandiri secara internal dan lembaga Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia secara eksternal. Mereka memiliki standar dalam cara penjualan sehingga kedua FA sebagai responden dirasa cukup untuk mewakili dari jumlah keseluruhan FA yang ada di AXA Mandiri Solo.

2. *Pihak Manajemen PT. AXA Mandiri Financial Services*

PT. AXA Mandiri Financial Services yang ada di Indonesia berpusat di Hongkong dan tergabung dalam AXA Asia Pasific Holding. Di Indonesia mereka hanya menempatkan perwakilan yang menjalankan *rules* dalam bentuk program dan peraturan baik internal dan eksternal dari kantor pusatnya, termasuk pengemasan pesan secara tatap muka kepada calon *customer* dan media massa yang bersifat massal, melalui iklan televisi dan media cetak. Perwakilan tersebut menjelaskan kepada peneliti bahwa yang berkaitan dengan penyampaian pesan kepada calon *customer* secara langsung dilakukan oleh FA-FA yang ada di cabang bank Mandiri, yang sudah dididik dan diberi lisensi dalam penjualan. Dalam hal ini, perwakilan disampaikan oleh seorang *trainer FA*, akan tetapi pihak tersebut tidak bersedia memberi keterangan atau diwawancarai kecuali memberi keterangan bahwa semua sudah bisa dijelaskan oleh FA AXA Mandiri.

3. *Opinion Leader AXA Mandiri, cabang Solo*

Opinion Leader disini merupakan orang yang dianggap mengerti dan sudah merasakan manfaat dari asuransi AXA Mandiri. Ada dua jenis Opinion Leader yang ada dalam penelitian ini, yang berperan sebagai komunikator Non Formal. Yang pertama berasal dari Nasabah yang dengan sukarela membagikan informasi dan kedudukannya sebagai orang yang paling senior masa kerjanya diantara calon nasabah lain. Yang kedua adalah ketua Grup sebuah arisan yang bersedia membagikan informasi untuk memperoleh

reward tertentu, dimana dia merupakan orang yang memiliki kedudukan tinggi dibanding dengan anggotanya.

4. 6 orang customer AXA Mandiri, cabang Solo.

Nasabah atau *customer* dalam penelitian ini berperan sebagai komunikan yang menerima informasi. Mereka dipilih karena mewakili informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini dilihat dari latar belakang pendidikan, pendapatan, dan manfaat yang sudah dirasakan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Indriantoro dan Supomo, observasi dapat diartikan sebagai proses pencatatan pola perilaku subyek (orang) atau kejadian secara sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.⁹²

Observasi pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara langsung pola komunikasi penjualan dalam proses penjualan produk asuransi yang dilakukan oleh agen asuransi AXA Mandiri, cabang Solo.

2. Wawancara

Interview (wawancara) merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti.⁹³

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan jenis wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*), dimaksudkan agar data

⁹² Rosady Ruslan, *Op. Cit*, hlm. 34.

⁹³ Pawito, *Op.Cit.*, hal.132.

yang diperoleh lebih mendalam dengan memfokuskan pada persoalan-persoalan yang akan diteliti.

Metode wawancara (*interview*) dilakukan untuk memperoleh gambaran yang memadai dan akurat mengenai pola komunikasi dalam proses penjualan produk asuransi AXA Mandiri, cabang Solo.

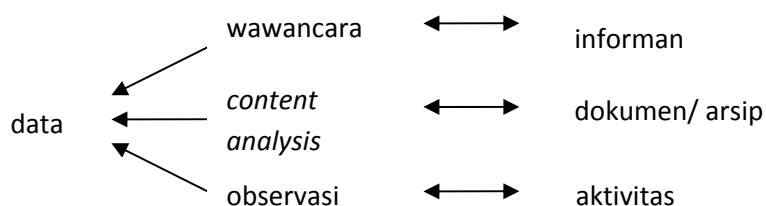
3. Dokumentasi

Pencarian data yang berkaitan dengan obyek penelitian, yang diperoleh dengan cara mempelajari berbagai literature, seperti buku, artikel, majalah, brosur, berita koran, buletin, situs-situs di internet, dan sebagainya yang kemudian dinarasikan (dikonversikan ke dalam bentuk narasi), serta foto-foto dokumentasi kegiatan.

G. Validitas Data

Validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi data, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan data dari suatu sumber kemudian dikoreksi dengan sumber yang lain untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Dalam penelitian ini validitas data yang berbeda untuk permasalahan yang sama seperti tampak pada gambar berikut ini :

Gambar 3.1 Diagram Teknik Triangulasi



Sumber: H. B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sebelas Maret University Press, Surakarta, 2001, hal. 80.

Teknik triangulasi data menurut istilah Patton ini juga sering disebut sebagai triangulasi sumber. Cara ini mengarahkan peneliti agar di dalam me-ngumpulkan data, ia wajib menggunakan beragam sumber data yang tersedia. Artinya, “data yang sama atau sejenis, akan lebih mantap kebenarannya bila digali dari beberapa sumber data yang berbeda.”⁹⁴ Dengan demikian apa yang diperoleh dari sumber yang satu bisa lebih teruji kebenarannya bilamana dibandingkan dengan data sejenis yang yang diperoleh dari sumber lain yang berbeda, baik kelompok sumber sejenis maupun sumber lain yang berbeda jenisnya.

Dalam penelitian ini, teknik triangulasi data/ sumber dilakukan dengan melakukan pengecekan terhadap hasil wawancara yang dilakukan kepada manajemen dan nasabah AXA Mandiri yang kemudian dibandingkan dengan hasil observasi mengenai proses penjualan produk asuransi yang dilakukan oleh agen asuransi AXA Mandiri dan dokumen-dokumen yang berupa dokumentasi kegiatan, arsip atau laporan kegiatan dan bentuk-bentuk publikasi yang dimuat di media massa.

H. Teknik Analisis Data

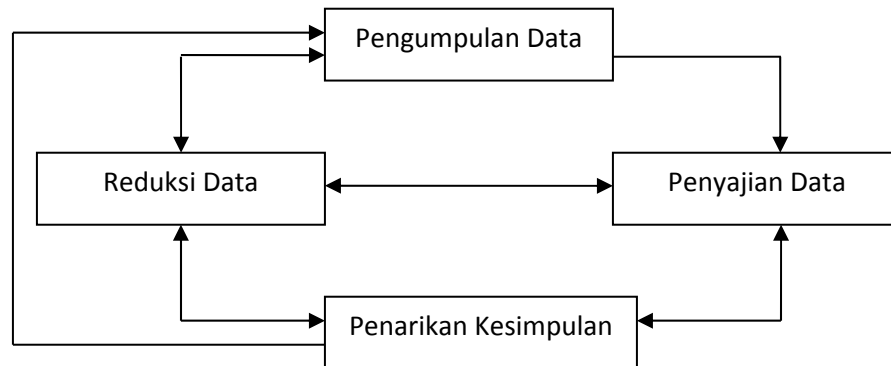
Dalam penelitian kualitatif, proses analisis yang digunakan tidak dilakukan setelah data terkumpul seluruhnya tapi dilakukan waktu bersamaan dengan proses pengumpulan data. Hal ini dilakukan karena analisis ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran khusus yang bersifat menyeluruh tentang apa yang tercakup dalam permasalahan yang akan diteliti.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif (*interactive models of analysis*) yang bergerak di antara tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/

⁹⁴ *Ibid.*, hal.79.

verifikasi, di mana aktivitas ketiga komponen tersebut bukanlah linear namun lebih merupakan siklus dalam struktur kerja interaktif.

Gambar 3.2 Skema Model Analisis Interaktif



Analisis data Model Interaktif dari Miles dan Huberman

Sumber : Pawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif, PT LKiS Pelangi Aksara, Yogyakarta, 2007, hal.105.

Keterangan Gambar: ⁹⁵

a. Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data adalah proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data (kasar) yang ada dalam *fieldnote* secara terus menerus, dimulai dari bahan *reduction* yang sudah dimulai sejak peneliti mengambil keputusan.

b. Penyajian data (*data display*)

Merupakan suatu rakitan organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data meliputi berbagai jenis

⁹⁵ Pawito, *Op.Cit.*, hal. 104.

matriks, grafik, jaringan, dan bagan yang dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang mudah diraih.

c. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*)

Penarikan kesimpulan merupakan sebagian dari satu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Hasil wawancara yang telah dilakukan akan memudahkan peneliti dalam pencatatan data, maupun dalam pengecekan data untuk menarik suatu kesimpulan sementara selama proses pengumpulan data berlangsung.